

Displayce a ouvert 4 bureaux et déployé de nouvelles innovations technologiques en 2024

Bordeaux, le 19 décembre 2024 - Displayce, plateforme européenne leader de l'achat programmatique en communication digitale extérieure, poursuit son développement en 2024. Avec l'ouverture de quatre nouveaux bureaux dans le monde et des avancées technologiques majeures, Displayce consolide son statut de pionnier et affirme son ambition de devenir le leader mondial du DOOH programmatique.

Une présence internationale étendue et des équipes renforcées

En l'espace d'un an, l'entreprise a ouvert **quatre nouveaux bureaux** - au Royaume-Uni, en Belgique, en Italie et au Brésil - portant à **six le nombre de pays dans lesquels elle est implantée**. En France, un bureau à Paris est venu compléter le siège de Bordeaux. Ces implantations se sont accompagnées de recrutements pour piloter l'expansion dans chaque pays, portant l'effectif à **50 collaborateurs**.

Augmentation de la demande en DOOH programmatique et inventaire enrichi

Displayce a joué un rôle clé dans l'évangélisation du DOOH programmatique, réussissant à convaincre de nouveaux annonceurs et trading desks d'intégrer ce levier à leurs plans médias. Cela s'est traduit par une hausse de **70 % du nombre de campagnes réalisées cette année** et un nombre de clients accru, s'élevant désormais à **800**. Parmi les secteurs les plus représentés figurent le **voyage, les banques et assurances** et la **mode**. De plus, **85 % des campagnes ont été activées via des trading desks**, un indicateur de l'évolution de l'adoption croissante de ce format.

Afin de garantir une couverture mondiale de qualité, Displayce a enrichi son inventaire avec **140 nouvelles régies DOOH**. Parmi elles, des media owners premium tels que **JCDecaux au Mexique et en Colombie, Clear Channel en Pologne et au Danemark**, et des régies plus tactiques sur des marchés clés, dont **Mediamond et Ocean Outdoor Germany**. La DSP a également enrichi son réseau de SSP (Supply Side Platform) avec l'intégration de l'allemand **Ströer** et l'américain **Place Exchange**, portant à **8** le nombre total de SSP connectées. Avec plus de **1,2 million d'écrans** répartis dans **80 pays** et provenant de **500 régies**, Displayce permet d'accéder en quelques clics à un inventaire mondial de premier choix.

Innovation continue pour des campagnes plus ciblées et performantes

Avec le lancement de **CampaignAI**, Displayce est devenue la première DSP DOOH à intégrer l'intelligence artificielle générative à sa plateforme. Cet assistant intelligent transforme la manière de concevoir des campagnes DOOH en analysant les briefs clients et générant des stratégies personnalisées parfaitement alignées aux objectifs marketing et audiences ciblées. Par ailleurs, Displayce a intégré de nouveaux partenaires de données tels que **Cirium**, pour l'intégration de données en temps réel sur les vols aériens, et **Echo Analytics**, pour activer des écrans DOOH autour de points d'intérêts et de vente.

"Je suis très fière des réalisations de Displayce cette année. Notre fort développement, soutenu par des innovations technologiques significatives, souligne notre rôle de pionnier du DOOH programmatique. En intégrant des données stratégiques, en élargissant constamment notre inventaire et en lançant CampaignAI, nous ne nous contentons pas de

répondre aux besoins de nos clients ; nous les anticipons avec des solutions innovantes. Cette année a aussi été synonyme de récompense, avec un prix reçu au Wires Awards au Royaume-Uni, et en France, nous avons remporté deux Cas d'Or DOOH et été élus personnalités DOOH de l'année par les Ratecard Stars. De plus, nous avons été doublement récompensés aux Adtech Awards by Minted. L'avenir est prometteur, et nous continuerons d'établir Displayce comme un leader global de l'out-of-home, un média en pleine transformation" déclare Laure Malergue, CEO et co-fondatrice de Displayce.

A propos de Displayce

Displayce est la plateforme européenne pionnière dédiée à l'optimisation de l'achat, de l'impact et de la qualité des campagnes publicitaires sur les supports de communication digitaux hors-domicile (Digital-Out-Of-Home). Grâce à cette plateforme programmatique spécialiste, les agences média et les marques ont accès en un seul clic à un très vaste inventaire d'écrans digitaux, au total plus de 1 200 000 dans 80 pays. Cette technologie propriétaire basée sur l'intelligence artificielle fournit des achats automatisés par panneau en temps réel, des capacités de ciblage différenciées et cookieless, un impact optimal des campagnes et une mesure de la qualité de la diffusion. Fondée en 2014 et basée à Bordeaux, Displayce compte 50 experts, avec des bureaux en France, Espagne, Royaume-Uni, Belgique, Brésil et Italie. Depuis juillet 2022, JCDecaux a pris une participation majoritaire dans la structure et cette alliance donnera à Displayce les moyens d'accélérer son développement. www.displayce.com

Contact presse

Lou-Ann Heckel, PR Manager

Email : lou-ann.heckel@displayce.com

Site Web : www.displayce.com